

# “后配额时代”的中美纺织品贸易前景

陈金图

(厦门大学, 福建 厦门 361005)

[摘要] 全球纺织品市场的配额限制已被全部取消。从理论上说,世界纺织品市场可以真正进入“自由贸易”时代。这为中美纺织品贸易发展提供了新的机遇,但中美纺织品贸易也面临不少新的问题。

[关键词] 后配额时代;中美贸易;纺织品

[中图分类号] F746.2/9

[文献标识码] A

[文章编号] 1000-971X(2005)05-0103-04

根据乌拉圭回合十年前达成的《纺织品与服装协议》,从2005年1月1日起,全球纺织品和服装贸易的配额限制全部取消。这标志着世界纺织服装市场在经历40多年的管制贸易后,终于实现了一体化。舆论普遍认为,这道“紧箍咒”松开后,中国和一些南亚国家将从中受惠。配额制的结束将震撼价值3500亿美元的全球贸易,许多地方都将受到影响。消费者和中印等国的制造商将是最大的赢家。世贸组织表示,中国产品在美国服装市场上的比重可能从16%迅速攀升到50%。前景虽然如此迷人,但也必须看到,在配额取消之后中国对美纺织品贸易增长也面临不少新的问题,因此我们应居安思危。

## 一、后配额时代的背景

纺织品贸易设限溯自1936年,当时日本出口至美国的棉纺织品激增,双方签署协议由日本自行限制纺织品的出口。1947年关税与贸易总协定成立,标榜扩大全球贸易,最终目标为贸易自由化,但纺织品适用例外规定,允许歧视性配额制度的存在。

上世纪50年代开始,许多新独立国家的纺织业获得了很大的发展,大量纺织品涌入国际市场。美国等发达国家的纺织业为保护本国的纺织业,于1974年签署了《多种纤维协定》,即允许发达国家暂时性地借助配额保护,限制纺织品进口,以便为发达国家竞争力遭到削弱的纺织业的结构调整提供一个机会。根据世贸《纺织品与服装协定》(简称“ATC”),到2005年1月1日,全球纺织品贸易被动配额将全部取消。ATC被作为是由1974年的多种

纤维协定向全球纺织品贸易一体化之间的过渡。根据ATC,全球将分四个步骤取消配额,但是近一半的出口产品(49%)要等到最后一刻才会被取消配额。而且,美国选择了首先与那些低附加值的出口商品“一体化”,因此,2/3的美国进口纺织品,包括进口服装的80%(价值610亿美元)都受到配额的限制。“歧视性配额制度”背离了《关税与贸易总协定》禁止数量限制及最惠国待遇两项重要原则。

随着国际贸易一体化的发展,要求贸易自由化的呼声越来越大。1986年,关贸总协定将纺织品回归自由贸易的议题纳入乌拉圭回合谈判,并决定成立世界贸易组织取代关税与贸易总协定。1995年,世贸组织成立,根据世贸组织《纺织品与服装协议》规定,今年1月1日全面取消纺织品配额;但自2005年前推10年的过渡期间仅49%的产品取消设限,剩余51%的最敏感产品于今年年初解除设限。

## 二、遏制中国——美国无奈下的举措

### (一)美国的制造商们的请求。

全球纺织品贸易配额在过去造成了两种结果,其一是限制了某些国家的出口;其二是帮助有些国家建立了本不会存在的出口行业。中国显然属于前一种。全球的普遍观点是,配额取消后,中国向美国和欧洲的出口无疑会大涨,只不过是数量的问题。而美国的问题则是如何控制它们的增长。近来美国政府面临着来自其国内制造商的巨大压力,要求堵住中国出口商品的洪流,具体做法就是采取保护措施——作为接受中国加入WTO的条件,美中两国于

[作者简介] 陈金图(1980—),男,福建厦门人,厦门大学国际经济与贸易系2003级研究生。

1999年签署了有关协议——他们希望,美国政府继续保留本应于去年底到期的91项配额中的15项,包括裤类、衬衫、床单和内衣。他们还希望继续保留对胸罩、风衣和针织品的特别限制——这三类商品的配额在2002年被取消,美国政府随即对它们的进口采取了上述保护措施。

从理论角度看,取消配额有益于纺织产业的长期发展。许多人认为配额与自由市场原则背道而驰。配额限制了实力雄厚国家的产品进入配额国家,为缺少竞争实力的国家提供保护。扼杀创新,导致无法提高生产力。同时影响了具备基本竞争优势国家的发展。日本没有实行配额,日本最大的五家供应国是中国、欧盟、越南、韩国和泰国,这五个国家在2003年所占日本服装进口总值的93.7%。与此相反,美国进口服装的供应国非常广泛,最大的5个供应国仅占美国进口总值的40%。加拿大和欧盟的五大供应国所占该国进口总值的比重分别是60.3%和68.3%。这说明美国配额的保护力度最大。

美国的制造商请求对中国纺织品设限常常赋予了强烈的政治意义,称中国有可能“毁掉”美国的纺织业。美国商会也来施压,称由于中国出口来的商品过多,美国纺织业在过去三年中失去了35万个工作机会,并且,如果现在不采取措施,现在剩下的69.5万个岗位将有可能流向中国的华南地区。

美国政府为缓解国内压力当然答应了他们的请求。并在考虑是否对其他五大类商品实施贸易保护,并将于今年2月之前作出决定。如果答案为“是”,这些新的配额将使中国每一大类商品对美出口的年增长率被控制在7.5%之内。

## (二)2004年值得关注的事件。

2004年2月23日,美国开始对中国胸罩、针织物及晨衣等纺织品的进口实施7.5%的配额限制,限制将维持一年时间。为此,中国对内相关纺织企业实行出口许可证制度。2004年3月3日,土耳其和美国的纺织行业组织联合发表了《伊斯坦布尔宣言》,声称:中国加入世贸组织改变了世界纺织品贸易格局,由于配额取消和中国采取不公平贸易做法,中国纺织品出口迅速增长,将导致市场份额独占,使其他发展中国家纺织行业三千万人失业,这种结果与纺织品一体化的宗旨相违背。因此,要求世贸组织和有关国家政府延长纺织品服装一体化进程,将取消纺织品配额限制的时限推迟至2007年12月31日。

美国业界本想通过使用《中国加入工作组报告

书》的242段对我纺织品设限,以及要与我达成“综合性安排”,逼我出口自限,来缓解2005年纺织品贸易一体化给其带来的压力,但是没有达到目的。因此,美业界转而煽动、联合诸如墨西哥、土耳其和南非等与我存在竞争关系的其他纺织品供应国,加大多边压力,以达到延长现行纺织品配额制度,遏制我纺织品出口的目的。由于利益趋同,《伊斯坦布尔宣言》得到其他一些国家纺织行业的纷纷响应。

2004年10月12日美国纺织品和服装产业界以担心就业机会受冲击为由,向布什政府提出对进口中国纺织品设限的诉求。该诉求包括:美国政府在明年全球纺织品配额取消后,对来自中国的十类纺织品和服装设限,规定每年的进口增长率不能超过7.5%,涉及产品包括纯棉和人造纤维裤子、羊毛裤子、纯棉和人造纤维针织衫、纯棉床单、棉纱、衬衫和内衣等,涉及金额近20亿美元,占中国对美纺织品和服装出口的近一成四。此外他们还要求美国政府将去年11月开始对中国的针织品、胸罩、睡袍实施的保障措施再延长一年。

2004年11月3日,美国纺织品协议执行委员会受理了美有关纺织行业组织提出的以“市场扰乱威胁”为由对中国输美化纤裤、棉制针织衫、化纤制针织衫、男式梭织衬衫和内衣等五种纺织品的设限申请。

纺织品贸易不仅仅是简单的经济问题,由于直接影响到就业情况,因此还可能成为颇为微妙的政治问题。美国服装产业的雇佣人数1995年为81万人,但到2002年则锐减至36万人。配额取消之后,必然会导致这方面的就业人数进一步减少。为此,美国纺织产业界采取了一切措施,妄图对中国的纺织品加于限制以保护本国产业。2004年的一系列事件值得我们警醒,将来中美两国的贸易摩擦恐怕难以避免。

美国国内对是否对中国纺织品采取新限制措施并不是同一个声音,去年12月1日,美国纺织品和服装进口商协会(USA. ITA)上诉至美国国际贸易法院,称美国纺织品协议执行委员会(CITA)仅基于中国进口增加的威胁,就接受了业界提出的“特保”申请,会损害美国进口商的利益,要求CITA不对中国纺织品采取“特保”措施。美国国际贸易法院于去年12月30日颁布临时禁令,禁止美国以“市场扰乱威胁”为由对从中国进口的纺织品和服装使用“特保”措施。这一初步裁决对目前剑拔弩张的美中纺织品贸易而言,是个积极的信号。美国政府对中美纺织

品贸易政策的调整也体现了美国国内利益集团博弈输赢的结果。

### 三、美国纺织品市场——诱人的蛋糕

美国是世界上最主要的纺织品市场,也是我国纺织品出口的主要市场。在美国,由于配额制度,导致进口贸易集中化,使沃尔玛等几家大的连锁店控制了销售。沃尔玛等公司声称,《多种纤维协定》终止后,他们将停止向多个不同国家采购,并会大幅简化供应网络。美国纺、服进口商协会负责人士预计,到2007年,其成员将仅从5至6个国家采购绝大多数纺、服产品,而非目前的约50个国家。分析美国纺织品市场特点和我国纺织业的在美市场的优势十分必要。

#### (一)诱人的美国纺织品市场。

1. 服装进口占突出地位。由于经济全球化浪潮的推动,美国国内过高的劳动力成本迫使不少生产商将生产重点转移到国外,零售商大量增加进口和减少国内产品的采购。这导致近年来美国的纺织品和服装进口日益增加,根据美国海关统计,2001年和2002年美国纺织品进口额分别是751.71亿美元和764.94亿美元,2003年达到770亿美元,占同期世界纺织品进口总额的20%以上。按美国人均进口纺织品计算,近几年美国年人均进口纺织品达270美元以上。根据美方统计,2003年美国从中国进口服装价值为85亿美元左右,约占其进口总额的11%。

2. 纺织品贸易逆差严重。美国是纺织品净进口国,每年的纺织品出口约只有进口的20%。根据美国海关统计,2001年和2002年,美国纺织品出口分别为166.69亿美元和158.84亿美元,只有同期进口金额的22.17%和20.76%,逆差额分别达到585.02亿美元和606.09亿美元。

3. 纺织品贸易流向集中。纺织品贸易流向主要集中在北美自由贸易区、加勒比地区和其他发展中国家或地区。根据美国海关统计,2002年美国纺织品进口中,墨西哥占12.04%、加勒比地区12.66%、东盟13.06%、中国14.29%、中国香港5.32%、欧盟15国6.09%。同期美国纺织品出口中:墨西哥占31.39%、加拿大19.25%、加勒比地区29.08%、欧盟15国7.26%。

4. 纺织品市场竞争激烈。美国纺织品市场竞争激烈的原因主要是:(1)美国是世界上最大的纺织品进口国,对纺织品出口国和地区有强大的吸引力。(2)纺织品产业是劳动密集型产业,大部分发展中国

家和地区均有纺织品的生产加工能力,且加工生产能力相对过剩,其产品必须竞相出口,抢占他国市场。(3)发展纺织业可大大提高就业水平和带动相关产业的发展,各国政府,特别是发展中国家和地区均鼓励发展纺织业,致使全球纺织品市场供大于求。(4)随着《纺织品和服装协议》一体化进程的逐步实施,每个纺织品输出国和地区都希望在配额取消前占有尽可能多的市场份额,同时美国也要对本国产业进行保护。

5. 纺织品市场价格稳定。根据美国劳工部资料,自1994年到2003年的10年间,美国进口服装、服饰的价格指数总体保持稳定。但如果考虑10年来美元贬值和服装工艺水平提高等因素,美国服装进口价格则呈下降趋势。不过,不同国家和地区对美出口纺织品的价格是有差异的。

6. 名牌服装占重要地位。名牌服装在美服装市场中占有绝对重要的地位。美国服装消费者的品牌意识很强,各服装店均根据自身多年的销售经验,推出各自的品种,诸如POOL、LEVIS、GAP、GUCCI、CK、TOMMY、TIFINI、NUCTI—CA、GUESS、CELINE、BOSS、LONDONFOG、MALBORO、PORTS、OCOSTE、APPLE、PRADA、PLAYBOY、GIODANO等等。据业内人士介绍,知名品牌服装在美国大的服装公司的营业额中占有98%以上的份额。

7. 纺织品贸易壁垒森严。包括反倾销、反补贴和保障措施,生态标准等技术贸易壁垒、加强劳工标准、海关程序等手段。这些问题仍将是制约中国纺织品服装出口增长的不利因素。

#### (二)中国产品优势明显。

由于纺织品和成衣行业在100多年的时间里在技术上基本上没有太大变化,只要有廉价而非熟练劳动力就能占据优势。因此产业中心基本上都向具有低生产成本优势的地区转移。中国是传统的纺织品和服装生产大国,产品综合质量一直在世界享有盛誉。中国劳动力成本低,产品价格也相对较低,因此在美国市场深受欢迎。中国与美国纺织品和服装贸易总体稳定和较快地增长,其中外国企业在中国生产的产品对美出口增速显著。据中国方面统计,2003年包括美资企业在内的中国外资企业向美国出口纺织品服装与2002年比较增幅高达39%,占中国对美国纺织品出口总额的32.5%。据WTO统计,2003年中国对日本出口占日本服装进口总量的80%。占澳大利亚服装进口总量的约70%。与此相反,中国仅占欧盟服装进口的12.2%,占美国服

装进口总量的 16.9%。这种情况说明,一旦配额被取消,中国有可能大幅提高在这些市场的比重。WTO 近期的研究显示,中国预期在后配额时期将在美国服装市场的份额提高到 50%。

根据 ATE 第三阶段安排,2002 年 1 月取消了部分商品的配额,包括袍服、针织布以及人造纤维胸衣。在这些种类中,中国对美出口量激增。据美国商务部纺织服装司提供的资料,取消配额后的第一年,中国对美出口的化纤胸衣金额提高 235%,达到 2.19 亿美元,数量提高 2,772%。美国进口中国袍服的增幅甚至更大。

目前中国在纺织品和成衣的设计方面还没有发挥出很强的竞争力,如果这方面的水平得以提高,那么中国的纺织品和衣料等将很可能所向披靡。中国纺织品的竞争优势主要是中国劳动力价格的低廉。华盛顿著名智库哈夫博的一份研究报告指出,要抵消中国劳动力成本的优势,美国制衣业的劳动生产率必须达到中国的 11 倍左右。

美国制造业工人的时薪(包括津贴)平均为 20.32 美元。而在中国,这个数字是 75 美分,而且食宿费用通常也包括在内。价格的低廉并非中国最大的优势。中国的优势还在于其反应迅速、可靠、讲究实效的态度以及对消费者需求的敏锐理解。

中国的出口依赖型经济需要美国这个巨大的市场,而美国的企业离不开拥有低成本的中国供货商。摩根士丹利公司经济学家谢国忠说,标准普尔 500 强公司的年利润中大约有 15%到 20%是通过对中国的低制造成本提价获得的。

#### 四、中国纺织业如何成为最大的赢家

各界人士普遍认为在这一轮新的贸易格局变化中,最大的赢家是中国。中国高效、大规模生产、低成本将为其带来决定性的竞争力。自从 2001 年加入 WTO 以来,中国纺织服装出口已增长到约占世界总量的四分之一。一些行家预测,中国的份额将在 5 年之内翻一番。然而后配额时代的蛋糕并不像许多人希望的那样甜美。虽然配额限制已取消,但是美国和欧盟出于经济、政治等原因会继续采取针对中国的贸易保护措施。因此,国内纺织界应提高警惕,及充分利用后配额时代给我们带来机遇的同时,也要尽量避免损失。企业应加快产品结构的调整,加大技术进步的步伐,加紧产品的升级换代,同时还要不断学习有关各国贸易政策。

1. 大力调整产品结构,增加出口产品附加值和科技含量。配额的取消,为我国纺织业的发展提供

了良好机遇。但国内企业不能只盯着眼前的利润,必须走出低价出口的老路。否则,一味盲目扩大生产能力,很容易授人以柄,遭到包括反倾销、保障措施、特别保障措施等手段在内的报复,从而失去发展的大好机遇。因该要改变粗放型增长方式,由过去单纯的数量扩张向集约型的质量提高方式转变,全面走向高技术化、全球化。逐步开发自主品牌。

2. 迎接以品牌划分市场的时代。应注重效率、市场信息,包括知识产权保护来确保出口产品的价值,改变单纯的价格竞争战略,代之以合作或创品牌,提高品质来提升竞争力。规避单一市场的风险,对单个市场出口要有节制,同一种商品对同一市场的出口,不要过多。

3. 不断学习有关各国贸易政策。要熟悉规则、适应规则、利用规则,进行相关市场、政策、法律基本知识、WTO 规则的培训,在面对来自其他国家的限制时,要充分理解和运用争端解决机制。遇到进口国贸易限制或反倾销、反补贴情况,政府、行会、企业要一条心,积极应对,抗争到底。

4. 同跨国零售集团和品牌集团全面合作。一种是投资参股,买下一部分销售渠道;或者相互参股,利益与共。另一种是逐步开发自主品牌,可以买下东道国纺织品生产企业,打通研发、设计、品牌、零售渠道。

5. 加快“走出去”战略。从单纯扩大出口到技术和管理方式的输出,形成国际市场多元化及产品的推动。有条件的企业可在加勒比或东欧建立一些纺织品服装厂,视同这些国家出口;缺少条件的中小型企业,可积极探讨团队出海如在纽约建立中国纺织品服装批发交易中心。有实力的企业还可以在进口国建立分公司,注册为东道国企业,直接进入销售渠道。

从长远来看,中国必须改变以低价格作为产品竞争最主要手段的战略。通过结构性调整打造自己的名牌产品,使世界市场上出现一些叫得响的中国名牌,逐步改变人们心目中中国产品基本上是低质廉价商品的印象。

#### 参考文献:

- [1] 王英辉,李文陆. 入世: 企业反倾销的技巧与策略[M]. 北京: 中国物价出版社, 2001.
- [2] 潘锐. 中美经贸关系: 发展与挑战[J]. 世界经济研究, 2003 (12).
- [3] 李廷. 纺织品服装协定一体化与我国纺织品贸易中的反倾销问题[J]. 东华大学学报: 社科版, 2004 (3).